地方台“直播 +”媒体融合初探

——以 CCTV7 首个中国农民丰收节《幸福鞍山》网络直播报道为例

摘　要：在移动互联网技术大潮中，自媒体、视频媒体、分发平台、直播以及短视频等传播形式百花齐放，传统媒体已经被直播撬动开始变革，通过网络直播的优势特点，借助传播设备的技术条件，接受新科技的挑战，对媒体融合战略的探索革新，使传统媒体在“直播 +”媒体融合的尝试中寻求更好的发展前景。

关键词：“直播 +”跨领域应用；媒体融合；传统媒体人的融合
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）12-033-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.12.010

文 / 韩海波

在移动互联网技术大潮中，自媒体、视频媒体、短视频、分发平台以及直播等传播形式百花齐放，直播之下的新媒体时代使传统媒体自身优势失却，而现在，传统媒体可以说是“四面楚歌”， 地方台感受到了前所未有的阵痛，如果传统新闻媒体抓不住“新”和“快”，已经开始被受众远远地抛开了。笔者以本台参与的 CCTV7 首个中国农民丰收节——《幸福鞍山》网络直播报道为例，初探地方电视台 “直播 +”媒体融合发展以及媒体融合对媒体人的要求。

1.“直播 +”跨领域应用成为媒体融合必然趋势

截至 2017 年 12 月底，中国网民规模达到 7.72 亿，其中，手机用户占比 97.5%，[1] 手机成为网民上网的主要终端。2016 年，我国网络直播市场经历了高速迅猛发展之后，目前开始回归到一个比较理性和平稳的时期。行业政策逐渐规范，在线直播市场门槛有所提高，进入以内容为王的直播时代，市场开始良性发展。

随着直播互联网市场的应用和技术的演进升级，各大直播平台通过“直播 +”的形式和不同的领域开始融合发展，比如交通、教育、生活、体育、医疗等行业，“直播 +”成为许多社会领域融合发展的关键， “直播 +”成为驱动力。

在“直播 +”跨领域的市场中，许多不同级别的传统媒体开始尝试利用网络直播的优势特点并结合传播设备的技术条件，接受新兴科技的挑战，对媒体融合战略的探索革新，传统媒体在 “直播 +”媒体融合的尝试中寻求更好的发展。

“媒体融合”简言之，它是信息传输通道多元化下的新作业模式，就是把报纸、电视台、电台这些传统媒体与互联网、手机、智能终端等新媒体传播通道有效结合，衍生出不同的信息产品，然后通过不同的平台传播给受众。换言之，传媒采编作业与新兴媒体传播有效结合起来，资源共享，集中处理。

在市场需求和全球大潮流的驱动下，媒体间除了融合别无选择。《幸福鞍山》网络电视同步直播，七个小时的直播，集本台一线新闻部门、专题部门、文艺部门、技术部门、微信公众号新媒体部门、播出部门近 100 多人的通力合作。此外，参与六个版块的直播嘉宾、文艺演出团体，观众多达上千人。这个直播过程是传统编采方式的融合过程，是传统媒体中编采、技术、舞台、新媒体、播出等部门人员全方位的融合过程。

直播牵一发而动全身，打通了媒体机构的任督二脉，让他们与受众的距离一步到位。可以说，直播是撬动媒体转型的杠杆。从人民网、央视网、各门户网的直播模式，到底什么是直播的正确姿势，是且走且看、不断探索的过程。

2. 直播过程是打破部门壁垒的高度融合

传统媒体现场直播以往以转播车为主，省级以上卫视直播是常态，而对于地方台少之又少。而本台此次直播，相当于“连跳三级”。以往，从制作新闻节目的一线编采上游部门到下游播出部门，几乎是各自独立的审核系统，记者前期采访嘉宾与后期写稿以及在非线上编辑节目，只与本新闻部门的审核有关，不会与负责非编系统的技术人员以及播出部门有任何联系。技术部门始终是在屏幕背后，然而，《幸福鞍山》网络直播的过程打破了部门的纵向，不仅横向联系，还需要有交叉互动互助的过程。

首先，电子现场制作是技术人员的高度融合。本台技术部的技术人员利用电子传播技术走向一线现场演播室进行电子现场制作，与直播高度融合。电子现场制作（Electronic Field Production）简称 EFP，是电视技术迅速发展的产物，与传统媒体电视台内制作不同的是，它主要是用于“台外”制作电视节目的生产方式，相对于电视台内部采编播复杂的系统设备，EFP 是浓缩的采编播系统。

本台此次网络直播，电子现场制作相当于室内的演播室整体搬迁的过程。包括多台摄像机、图像视频信号

切换台、音响操作台及其他辅助设备。为直播顺利播出提供了夯实的技术保障，也是网络直播至关重要的。

其次，"直播+"媒体融合是新闻采编人员的高度融合。网络直播，选题是基础，事前准备是关键。农民丰收节是一个大的选题，但落实到鞍山，会有许多的子选题来共同完成，本台此次 "网络直播"，一共七个版块的内容，笔者作为一线编采人员在直播过程中负责"游在鞍山"版块，直播一个小时，一共七位嘉宾。以此为例浅谈编采人员的高度融合。

直播的要求有现场问答环节，有插播相关领域的宣传片的环节，最为重要的是人物出场以及采访的时间，这时，记者从以往的单线工作思维要转变为横向互动。根据以往编采经验以及节奏的把握，七位嘉宾的时间不同，设置的问题不同，要求记者根据时间与嘉宾沟通删减内容，这个过程不仅考验的是编采基本功，往往嘉宾是政府某个领域的负责人，所提供的内容偏报告型，不适合新闻传播，需要修改稿件，与受众拉近距离，同时，还要符合嘉宾表达的顺畅。熟悉七位嘉宾所要表达的内容开始负责主持人的串联词撰写，写串联词的过程更多地开始考虑受众的需求，节目要"好看"。这个过程，也是搭建主持人与嘉宾的桥梁。确定了直播的内容，在前期现场彩排的过程中，是互动配合及时修正的过程。与技术人员沟通播发宣传片的时间，根据时间提醒主持人直播的时间。记者需要处理好与主持人、嘉宾、技术播发人员的关系，达到严丝合缝，高度融合，才能确保直播的顺利完成以及直播内容。

3. 媒体融合对传统媒体人的素质要求

无论什么样的发展模式，最终都是落实到人的过程，因此，地方台媒体融合发展是否良性循环，最终取决于人的思维的转变以及新媒体环境下媒体人的角色的重新定位。

第一，媒体融合的思维和意识的转变。媒体人应清醒地意识到，媒体融合是一场"基因革命"，关乎命运和前途，所以，对传媒业的困难和机遇要有清醒的认识，对传统媒体向媒体融合的转型充满信心，并且在实际工作中要有团队互相配合的意识，各部门不能各扫门前雪，个人也不能"唯我独尊"，最主要的是一个团队的配合，以及互相协作的能力，以达到全面融合的顺畅。

以往笔者一直负责专题报道，都是在有计划、有组织可以更改的环境中完成节目的制作，然而，直播的过程中，打破了原有的许多思维定式，从单向主观主导式转变为与受众互动反馈，时刻保有自己与受众"同在一个现场"。其次，将用户思维植根创作，用"角度"与"深度"打造亮点。直播的过程中，通力合作至关重要。

第二，媒体融合需要传统媒体人的角色改变。首先，做信息把关者和受众的引路者。无论什么媒体状态，"内容为王"是摆在第一位的竞争的不二法则。目前，微博、微信自媒体爆炸式发展，许多传播平台的信息碎片化，数量庞大，来源复杂，一盘散沙。传统媒体融合的过程中对媒体人的要求大大提高，不仅要从海量的碎片化信息中准确地捕捉受众的需求，还要拥有"鹰眼"般的洞察力，对来自四面八方的信息认真编辑、筛选，以高度的责任感确保信息的传播。在《幸福鞍山》直播中，鞍山旅游的信息很多，需要从宏观、微观、市场、受众等多方面因素考虑，进行信息的编辑。通过控制信息阅读的"上游"与"下游"，将用户引向深入阅读。这样，用户碎片化的阅读，无法养成专注的品质[2]将会被改变。

其次，媒体人把角色重新定义为用户的服务者。电视媒体人以往称呼的"受众""观众" 媒体融合后称呼变成了"用户""客户"，这不仅仅是字面上的改变，而是媒体融合的过程观念的巨大变革。地方台要发展、要生存，需要媒体融合深度发展，这就需要从单向传播给观众的观念中有所转变，转变成商品思维，在市场思维下强化用户意识，把占有用户、发展用户、聚集用户作为发展的要素，才能带来经营过程的新突破。在内容方面也应该有"供给侧"的观念，以产品创新为导向，制作优质精品节目，细分市场，全媒体营销，线上与线下高度融合。在传播方式上也要有服务意识，提高传播的精准化、移动化、互动化、社交化、视频化水平。以用户为本，改善用户或者客户的直接参与或体验，组织优质内容，提升服务水平，并渗透于内容生产的各个环节。[3]

21 世纪的第一个十年是"媒体融合的十年"[4]。从介质到人的理念，从技术到制度的重构，从过去传统媒体和新媒体简单叠加的浅层合作，到近几年，新旧媒体之间从内容、渠道、平台、经营、管理等诸多方面的深度融合，全面融合的媒体时代正在到来[5]。传统媒体正在借助"直播+"跨领域的应用模式开始媒体进入媒体融合的集体试水，而传统电视中的第三梯队地方电视台在集体试水的过程中或许可以迎来新媒体时代的"第二春"。媒

参考文献

[1] 中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 41 次《中国互联网络发展状况统计报告》.

[2] 张永锐．"碎片化"时代的"陌生化"阅读 [J]. 教育实践与研究，2014（5）：49–52.

[3] 张建明．传统媒体 + 互联网听听业界高层怎么说 [EB/OL].http：//news. sina. com. cn/c/2015–08–20/doc–ifxhcvrn0003168.shtml，2017–04–08.

[4] 魏然，黄冠雄．美英媒体融合现状与评析 [J]. 华中师范大学学报（人文社会科学版），2015（6）：116–123.

[5] 雷璐荣．融媒体时代传媒人才能力培养的思考与实践 [J]. 今传媒，2016（11）：9–11.

（作者单位：鞍山广播电视台）